



ABRACOACHING
EU FAÇO ACONTECER

**SEJA BEM-VINDO
À ABRACOACHING!**



www.abracoaching.com.br

Seja bem-vindo à ABRACOACHING!

Prezado participante e futuro coach: PARABÉNS E OBRIGADO!

Parabéns por ter tomado a decisão de desenvolver habilidades de coaching! O treinamento em *coaching* é o passo inicial para você mudar para melhor sua própria vida e as das pessoas ao seu redor com as mais completas e eficientes técnicas e ferramentas comportamentais da atualidade. A partir deste momento você passará por uma jornada de profundo autoconhecimento e transformação, que lhe trará descobertas fundamentais para chegar ao sucesso tanto na vida pessoal quanto na profissional.

O objetivo deste curso é fazer de você um coach profissional, preparado para utilizar o coaching como profissão, como atividade secundária, como um estilo de liderança e como filosofia de vida.

Sendo assim, sua formação em *coaching* permitirá que você identifique todo o seu potencial e evolua de maneira constante, desenvolvendo-se e moldando comportamentos de acordo com as metas que você deseja traçar para seu futuro.

Prepare-se para sair de sua zona de conforto e abandonar crenças e padrões que não estejam lhe impulsionando para frente.

Como não é possível se dar aquilo que não se tem, esteja pronto para desligar seu “piloto automático” assumindo a responsabilidade por seus pensamentos e ações – ou seja, tomar as rédeas de sua vida. Fique atento para grandes oportunidades ao seu redor.

Dê o seu melhor neste curso de formação e certificação em *coaching*. Experimente fazer diferente, realizar novos empreendimentos e atreva-se a ir além. Saiba e acredite que você já possui dentro de si todos os recursos, forças, competências e habilidades necessárias para se tornar o melhor *coach* que pode ser.

Obrigado por ter escolher a ABRACOACHING para fazer parte dessa jornada com você! Tenha certeza que vamos trilhar juntos esses caminhos, criando um futuro melhor, e uma duradoura parceria “ganha-ganha.”

Um forte abraço,

Bruno Juliani.

A ABRACOACHING (ABRACOACHING)

Fazer Acontecer! A ABRACOACHING foi idealizada por Bruno Juliani com o objetivo de divulgar o *coaching* como um modo de oferecer às pessoas mais felicidade, prosperidade e realização. Ela foi fundada em 2010 e realizou seu primeiro treinamento em 2011 para suprir a necessidade de uma formação com foco na capacitação técnica para a prática e estabelecimento da profissão como coach. No entanto, além do objetivo principal, a metodologia desenvolvida para a ABRACOACHING acabou por conseguir gerar também intensa transformação, evolução e humanização em todas as suas dimensões. Para isso, Juliani contou com a ajuda de renomados profissionais do ramo como João Alexandre Borba, Paulo César Bento Filho, Márcio Costa, Ana Paula Clemente, Ronald Pantin, Marcelo Homci, Marcelo Lovato e Luiz Antônio Lacerda entre outros.

Tendo em vista esse desejo impulsionador, a ABRACOACHING desenvolveu suas diversas formações através de um sólido *background* e *know-how* em diversos campos do desenvolvimento humano.

A isso tudo se soma o compromisso assumido de estabelecer um padrão de qualidade excepcional no *coaching* no Brasil e no mundo.

O *coaching*, para a ABRACOACHING, é mais que um processo, uma metodologia ou uma ferramenta: é uma filosofia de vida. É arte (de entender o ser humano e fazer as perguntas certas) e ciência (através de técnicas e ferramentas de validação científica), que juntas são capazes de transformar o mundo por meio das pessoas – que são muito mais do que peças-chave para o bom funcionamento de um sistema: elas são o todo e, por isso, precisam estar em constante transformação e evolução.

Até o momento (janeiro de 2015), aproximadamente 2.500 *coaches* foram formados em mais de 100 turmas em todo o Brasil e também no Japão.

Nosso credo e filosofia:

Vamos jogar GANHA-GANHA!

*O seu sucesso como coach é o nosso sucesso como escola!
O nosso sucesso como escola é o seu sucesso como coach!*

Sendo assim, trabalhamos seguindo diretrizes abaixo na respectiva* ordem:

- 1^a – Prestar o melhor suporte para os atuais alunos, membros e associados;
- 2^a – Aumentar a base de alunos, membros e associados;
- 3^a – Manutenção e aperfeiçoamento da didática e qualidade na entrega dos cursos;
- 4^a – Aumentar a base de franqueados, instrutores e cursos oferecidos;
- 5^a – Aumentar a base de clientes corporativos;
- 6^a – Evoluir como marca, empresa e negócio.

* Uma diretriz mais baixa só pode ser aplicada se forem respeitadas todas as anteriores.

O QUE É COACHING?

Segundo o ICF, Coaching é fazer uma parceria com os clientes em um processo estimulante e criativo que os inspira a maximizar o seu potencial pessoal e profissional.

O *coaching* é um processo no qual *coach* (profissional) e *coachee* (pessoa que passa pelo processo de *coaching*) identificam objetivos, traçam metas e estabelecem os pontos que indicarão o sucesso. O *coach*, através do uso das suas técnicas e habilidades, presta assessoria, estimula, apoia e acompanha todo este processo, de modo a garantir que o rumo definido durante as sessões com seu cliente seja seguido e que obstáculos que possam surgir no caminho sejam superados.

O foco do *coaching* é o futuro: o *coach* não se aprofunda nas causas dos problemas que seu cliente enfrenta, mas nos sonhos a serem conquistados e nos meios para tal. *Coach* e *coachee* traçam essas metas juntos, com base em uma análise comportamental. Assim, é possível estipular, logo na primeira sessão de *coaching*, objetivos condizentes com o perfil do indivíduo e dar prosseguimento para as próximas, nas quais, juntos, trabalharão para atingir os resultados determinados.

As abordagens para o *coaching* são as mais diversificadas possíveis, sempre se adequando com facilidade às necessidades do cliente.

O *coach* evita ao máximo dizer ao indivíduo ou empresa que o contratou o que fazer. Seu trabalho é ampliar a percepção do *coachee*, fazendo com que ele mesmo descubra a melhor forma para chegar ao seu objetivo. O *coach* dá assistência e oferece as ferramentas necessárias para que o cliente trilhe seu próprio caminho de crescimento e continue sempre crescendo de forma independente.

Qualquer um pode se tornar um *coach*. Basta ter vontade e determinação para assumir o controle da própria vida e ajudar as pessoas ao seu redor a fazerem o mesmo.

Terminologia:

COACHING:

PROFISSÃO (assim como psicologia, administração, consultoria, etc.)

COACH (plural COACHES):

PROFISSIONAL (assim como o psicólogo, administrador, consultor, etc.)

COACHEE (plural COACHEES)

CLIENTE que passa pelo processo de coaching.

PATROCINADOR

QUEM PAGA pelo processo de coaching.

SESSÃO

Um ENCONTRO entre um coach e seu cliente.

PROCESSO

Um CONJUNTO DE SESSÕES entre um coach e seu cliente.

COMO O COACHING FUNCIONA?

Coach é uma palavra inglesa, mas de origem húngara (*kocsi*). *Kocs* é uma cidade na Hungria que no século XV começou a produzir carruagens que se tornaram as mais cobiçadas da época por seu conforto. Assim, as carruagens de *kocs* eram chamados de *kocsi*.

A palavra *coach* possui vários significados. Dois são os mais comuns:

1- Veículo para o transporte de pessoas, originalmente carruagens. Alguns vagões de trem e tipos de ônibus também são chamados de *coaches*.

2- Técnico ou treinador de profissionais.

Jamais chame seu cliente de paciente. Isso remete a um problema de saúde ou disfunção.

Na maioria das vezes o cliente e patrocinador são a mesma pessoa. Quando isso ocorrer, basta chama-lo apenas de cliente ou coachee.

Uma sessão de coaching tem duração de cerca de* 50 a 90 minutos e o espaçamento entre elas costuma* ser entre uma e duas semanas. (* aplicam-se exceções).

A duração típica* de um processo de coaching é de 3 a 6 meses onde acontecem em média* 6 a 12 encontros ou sessões. (* aplicam-se exceções).

Ao pensarmos no coaching, devemos imaginar uma linha de tempo, onde o presente é um “Ponto A” ou estado atual. A situação onde o coachee se encontra HOJE.

Em cada etapa mais adiante dessa linha esta o FUTURO. O futuro pode ser qualquer ponto a direita do “Ponto A”, sendo o estado desejado, o “Ponto B”.

Para que o coaching seja possível, é necessário que o estado desejado seja diferente, preferencialmente melhor, que o estado atual.

Para isso o coaching vai buscar ferramentas, modelos e técnicas oriundas de diversas ciências e aplicadas em diversos campos de atuação, como os descritos no quadro abaixo.

FOCO

**Disciplina;
Comprometimento;
Definição de prioridades;
Alinhar valores;
Concentração;
Gestão de tempo.**

AÇÃO

**Sair da zona de conforto;
Reprogramar seu “piloto automático”;
Fazer algo diferente;
Se empenhar em dar o seu melhor;
Atividades**

RESULTADO

**Flexibilidade;
Mudança;
Transformação;
Crescimento;
Mensuração;
Empoderação;
Sustentação.**

Ciências

- Psicologia
- Andragogia
- Administração
- Filosofia
- Sociologia
- Neurologia
- Teologia

Campos

- Estratégia Empresarial
- Estratégia Militar
- Esportes
- Marketing
- Autoajuda
- Zen

Técnicas

- Comunicação Humana
- Liderança
- Motivação
- Comportamentais
- Programação Neurolinguística

O coaching então é uma espécie de TECNOLOGIA, que mistura e se utiliza de uma parte dessas disciplinas para a criação de seu jeito único de ser TER CONVERSAS RELEVANTES PARA O CLIENTE, normalmente através de questionamento eficaz, fazendo com que ele desenvolva mais FOCO e AÇÕES em direção a SE TORNAR quem ele precisa para por consequência alcançar um RESULTADO factível e mensurável. O coachee vai agir com comprometimento em direção a um resultado que ele deseja.

FOCO x AÇÃO = RESULTADO (sendo o resultado, o Estado Desejado)

Mas...

Você conhece pessoas que estão sempre endividadas, tipicamente *vendendo a janta para pagar o almoço*? Já viu sucessores falindo os negócios da família, por maior que sejam?

Já se deu conta que a maioria dos melhores vendedores ao serem promovidos a Gerentes de Venda, não conseguem sustentar a posição?

Então... RESULTADO sem APRENDIZADO raramente se sustenta e por isso é tão necessário no coaching a geração de conscientização em cada sessão e em cada etapa do processo através de FEEDBACK sem julgamento e de FEEDFORWARD para a elaboração de ações e das expectativas de desenvolvimento ligadas a esse último.

Insanidade é fazer sempre a mesma coisa e esperar resultados diferentes.

Albert Einstein



RESULTADO + FEEDBACK = APRENDIZADO

RESULTADO + APRENDIZADO = DESENVOLVIMENTO

DESENVOLVIMENTO + SUSTENTABILIDADE = SER

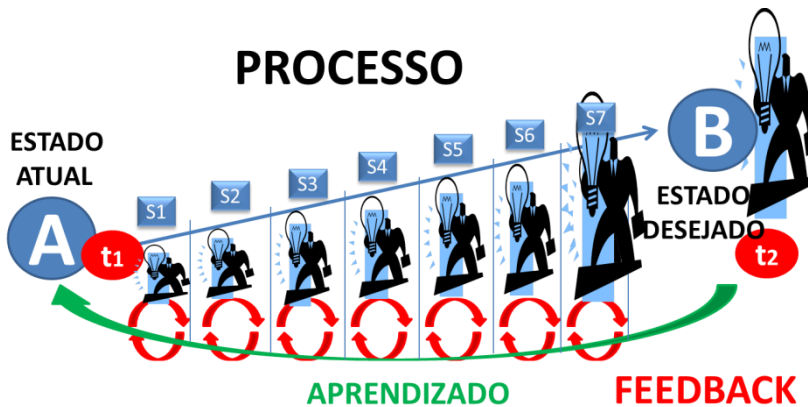
SER + FAZER = TER (ESTADO DESEJADO)

Assim, um dos objetivos do processo de coaching é trabalhar para que um cliente desenvolva **CONHECIMENTOS, HABILIDADES e ATITUDES** (de agora em diante conhecidas como CHA) para que possa SER a pessoa capaz de FAZER para TER seu estado deseja com a capacidade para mantê-lo.

Nem sempre ao agir o coachee tem o resultado que ele esperava, mas o importante é a ação. Se o resultado não aconteceu, no feedback, coach e cliente analisam o que deve ser feito ou o que não deve ser feito para corrigir a caminhada em direção ao resultado. O aprendizado é então gerado e prossegue o coaching, pois a pessoa agora sabe maneiras de não agir também.

80% dos ganhadores de prêmios de loterias, heranças ou generosas bonificações que estavam endividados antes do prêmio gastam tudo que ganharam retornando a uma situação financeira desconfortável.

40% dos ganhadores da Mega Sena conseguem gastar todo o seu prêmio voltando a uma situação de pobreza financeira.



O coach tem técnicas e ferramentas para ajudar uma pessoa se comprometer ainda mais, mas a pessoa tem que estar disposta a entrar no processo de coaching. Se a ação não for feita, não existe o coaching. O coaching só vai funcionar com a ação, com o cliente se mantendo no foco, medindo e aprendendo cada passo dado em direção ao resultado.

Então, para o coaching, a JORNADA é mais importante que o DESTINO. O estado desejado é uma consequência do processo de TRANSFORMAÇÃO e EVOLUÇÃO do cliente que agora tem um tamanho muito maior e as competências necessárias para superar os desafios que antes (do estado atual) pareciam intransponíveis.

SER

↓
FAZER

↓
TER

Dicas de Filmes:

Karatê Kid – A Hora da Verdade (1984)

O Poder Além da Vida (2006)

Prova de Fogo (2008)

COMPETÊNCIAS FUNDAMENTAIS DE UM COACH (ICF)

A. ESTABELECENDO OS FUNDAMENTOS

1. Cumprindo Diretrizes Éticas e Padrões Profissionais - A compreensão da ética e dos padrões em *coaching* e a habilidade de aplicá-los apropriadamente em todas as situações de *coaching*.

1. Compreender e demonstrar em seus próprios comportamentos os Padrões de Conduta ICF;
2. Compreender e seguir todas as Diretrizes Éticas ICF;
3. Saber comunicar claramente as distinções entre *coaching*, consultoria, psicoterapia e outras profissões de apoio;
4. Orientar o cliente sobre a necessidade de buscar outro profissional de apoio, sabendo quando isto é necessário e quais os recursos disponíveis.

2. Estabelecendo o contrato de Coaching - Habilidade de compreender o que é necessário na interação específica de *coaching* e a chegar a um acordo com o novo cliente sobre o processo e relacionamento de *coaching*.

1. Compreender e discutir de maneira eficaz com o cliente as diretrizes e os parâmetros específicos do relacionamento de *coaching* (isto é, logística, preço, programação, inclusão de outras pessoas caso isto seja adequado);
2. Chegar a um acordo sobre o que é e o que não é apropriado no relacionamento, o que está e o que não está sendo oferecido, e sobre as responsabilidades do cliente e do *coach*;
3. Determinar se existe uma correspondência entre o seu método de *coaching* e as necessidades do cliente em potencial.

B. CO-CRIANDO O RELACIONAMENTO

3. Estabelecendo Confiança e Intimidade com o Cliente - Habilidade de criar um ambiente seguro, de apoio que produza respeito e confiança mútuos continuamente.

1. Mostrar preocupação genuína pelo bem-estar e futuro do cliente;
2. Demonstrar continuamente integridade, honestidade e sinceridade;
3. Estabelecer acordos claros e manter promessas;
4. Demonstrar respeito pelas percepções, pelo estilo de aprendizagem e pela maneira de ser do cliente;
5. Fornecer apoio contínuo e encorajar novos comportamentos e ações, incluindo aqueles que envolvam riscos e medo do fracasso;
6. Pedir permissão ao cliente para trabalhar no *coaching* áreas novas ou sensíveis.

4. Presença em Coaching - Habilidade de ser totalmente consciente e criar um relacionamento espontâneo com o cliente, empregando um estilo aberto, flexível e confiável.

1. Estar presente e ser flexível durante o processo de *coaching*, conforme o momento;
2. Usar a sua própria intuição e confiar no conhecimento interior da pessoa - deixar que as coisas aconteçam de maneira natural;
3. Estar aberto para o desconhecido e para lidar com riscos;
4. Ver muitas formas de trabalhar com o cliente, e escolher no momento o que é mais eficaz;
5. Usar o humor de maneira eficaz para criar leveza e energia;
6. Ter confiança para mudar a perspectiva e experimentar novas possibilidades para a sua própria ação;
7. Demonstrar segurança ao trabalhar com emoções fortes, poder se autocontrolar e não ser dominado ou se deixar envolver pelas emoções do cliente.

C. COMUNICANDO-SE DE MANEIRA EFETIVA

5. Escuta Ativa - Habilidade de focar-se completamente no que o cliente está dizendo e no que ele não está dizendo, entender o significado do que é dito no contexto dos desejos do cliente, e dar apoio para que o cliente se expresse.

1. Estar presente para o cliente e para a agenda do cliente, e não na agenda do *coach* para o cliente;
2. Ouvir as preocupações, metas, valores e crenças do cliente sobre o que é e sobre o que não é possível;
3. Distinguir entre as palavras, o tom de voz e a linguagem do corpo;
4. Resumir, parafrasear, repetir, devolver (espelhar) o que o cliente falou para garantir clareza e entendimento;
5. Encorajar, aceitar, explorar e reforçar a expressão de sentimentos, percepções, preocupações, crenças, sugestões, etc. por parte do cliente;
6. Integrar e construir a partir das ideias e sugestões do cliente;
7. “Ir para a última linha” ou compreender a essência da comunicação do cliente e ajudá-lo a chegar diretamente ao ponto ao invés de envolver-se em longas histórias descritivas;
8. Permitir que o cliente expresse ou “clareie” a situação sem julgamento ou sem se prender para poder seguir adiante.

6. Questionamento Instigante - Habilidade de fazer perguntas que revelem as informações necessárias para o benefício máximo do relacionamento de *coaching* e para o cliente.

1. Fazer perguntas que reflitam a escuta e compreensão ativa da perspectiva do cliente;
2. Fazer perguntas que evoquem a descoberta, o insight, compromisso ou ação (por exemplo, aquelas que desafiem os pressupostos do cliente);
3. Fazer perguntas abertas que criem maior clareza, possibilidades ou novos aprendizados;
4. Fazer perguntas que façam o cliente se mover em direção ao que ele deseja, e não perguntas que façam o cliente se justificar ou olhar para trás.

7. Comunicação Direta - Habilidade de comunicar-se com eficácia durante as sessões de *coaching*, e de usar linguagem que tenha o maior impacto positivo possível no cliente.

1. Ser claro, articulado e direto ao compartilhar e fornecer *feedback*;
2. Reconstruir e articular para ajudar o cliente a compreender a partir de outras perspectivas o que ele/ela quer ou está incerto sobre;
3. Afirmar claramente os objetivos, a agenda de encontros, o propósito e as técnicas ou exercícios de *coaching*;
4. Utilizar linguagem apropriada e respeitosa com o cliente (por exemplo, não-machista, não-racista, não-técnica, sem jargões);
5. Usar metáforas ou analogias para ajudar a ilustrar um ponto ou criar imagens verbais.

D. FACILITANDO O APRENDIZADO E RESULTADOS

8. Criando Conscientização - Habilidade de integrar e avaliar com precisão as múltiplas fontes de informação, e fazer interpretações que ajudam o cliente a se conscientizar e a partir disto atingir os resultados estabelecidos.

1. Ir além do que é dito ao avaliar as preocupações do cliente, não se deixar levar pela descrição do cliente;
2. Investigar para maior compreensão, conscientização e clareza;
3. Identificar para o cliente as suas preocupações subjacentes, formas típicas e fixas de perceber a si mesmo e o mundo, diferenças entre os fatos e a interpretação, disparidades entre pensamentos, sentimentos e ações;

4. Ajudar o cliente a descobrir novos pensamentos, crenças, percepções, emoções estados de espírito, etc. para si mesmo, que reforcem as habilidades de realizar ações e alcançar o que é importante para eles;
5. Comunicar perspectivas mais amplas ao cliente e inspirar o compromisso de mudar os seus pontos de vista e encontrar novas possibilidades para ação;
6. Ajudar o cliente a ver os diferentes fatores inter-relacionados que o afetam e afetam seus comportamentos (por exemplo, pensamentos, emoções, aspectos corporais, contexto);
7. Expressar insights para os clientes de maneira que eles sejam úteis e significativos para o cliente;
8. Identificar grandes pontos fortes e grandes áreas para aprendizado e crescimento, e o que é mais importante para tratar durante o *coaching*;
9. Pedir para que o cliente faça a distinção entre assuntos triviais e significativos, comportamentos situacionais e recorrentes, quando for detectada uma separação entre o que está sendo dito e o que está sendo feito.

9. Desenvolver Ações - Habilidade de criar, com o cliente, oportunidades para o aprendizado contínuo durante o *coaching* e em situações do trabalho/da vida, e praticar novas ações que irão levar de maneira mais eficaz aos resultados estabelecidos no *coaching*.

1. Procurar ideias ("*Brainstorming*") e ajudar o cliente a definir ações que irão permitir que ele se manifeste, pratique e aprofunde novos aprendizados;
2. Ajudar o cliente a focar-se e explorar sistematicamente preocupações e oportunidades específicas que sejam centrais às metas estabelecidas de *coaching*;
3. Envolver o cliente para que ele explore ideias e soluções alternativas, para avaliar opções e tomar decisões relacionadas;
4. Promover experiências ativas e autodescoberta, quando o cliente aplicar o que foi discutido e aprendido durante as sessões imediatamente após no seu trabalho ou no seu contexto de vida;
5. Comemorar sucessos do cliente e capacidades de crescimento futuro;
6. Desafiar os pressupostos e perspectivas do cliente para provocar novas ideias e encontrar novas possibilidades para ação;
7. Defender ou levar adiante pontos de vista que sejam coerentes com as metas do cliente e, sem ficar preso, envolver o cliente de modo a considerá-los;
8. Contribuir para a tomada de iniciativas por parte do cliente durante a sessão de *coaching*, fornecendo apoio imediato;
9. Encorajar esforços e desafios, mas também um ritmo confortável de aprendizado.

10. Planejamento e Definição de Metas - Habilidade de desenvolver e manter um plano de *coaching* eficaz com o cliente.

1. Consolidar a informação coletada, estabelecer um plano de *coaching* e desenvolver metas com o cliente que tratem de preocupações e grandes áreas para aprendizado e desenvolvimento;
2. Criar um plano com resultados que sejam possíveis de alcançar, de medir, sejam específicos e tenham prazos de cumprimento;
3. Fazer ajustes nos planos, conforme permitido pelo processo de *coaching* e pelas mudanças na situação;
4. Ajudar o cliente a identificar e ter acesso a diferentes recursos de aprendizagem (por exemplo, livros, outros profissionais);
5. Identificar e estabelecer como alvo primeiros sucessos que sejam importantes para o cliente.

11. Gestão de Progresso e Responsabilização - Habilidade de manter a atenção no que é importante para o cliente e de deixar com ele a responsabilidade de realizar a ação.

1. Requisitar claramente do cliente ações que o movam adiante em direção às metas estabelecidas por ele;
2. Demonstrar acompanhamento perguntando ao cliente sobre estas ações com as quais ele se comprometeu durante as sessões anteriores;
3. Reconhecer o cliente pelo que ele fez, não fez, aprendeu ou conscientizou-se desde as sessões anteriores de *coaching*;
4. Preparar, organizar e rever de maneira eficaz com o cliente as informações obtidas durante as sessões;
5. Manter a continuidade entre as sessões com o cliente, concentrando a atenção no plano e nos resultados do *coaching*, nos cursos de ação estabelecidos e nos tópicos para as próximas sessões;
6. Focar no plano de *coaching*, mas também estar aberto a comportamentos e ações de ajuste baseados no processo de *coaching* e mudanças de direção durante as sessões;
7. Ser capaz de mover-se para trás e adiante entre o objetivo em direção ao qual o cliente está voltado, definindo um contexto para o que está sendo discutido e onde o cliente deseja chegar;
8. Promover a autodisciplina do cliente e mantê-lo responsabilizado pelo que ele diz que vai fazer, pelos resultados de uma ação que ele pretende realizar, por um plano específico com prazos relacionados;
9. Desenvolver a habilidade do cliente de tomar decisões, tratar de preocupações chave e desenvolver a si mesmo (para ter *feedback*, para determinar prioridades e definir o ritmo de aprendizagem, para refletir e aprender com as experiências);
10. Confrontar de maneira positiva o cliente com o fato de que ele/ela não realizou as ações estabelecidas.

TÉCNICAS de COACHING

RAPPORT	
COACHING FEEDBACK	
RECAPITULAÇÃO	
PERGUNTA COM ESCALA	
O QUE MAIS	
PERGUNTA CORINGA	
PATROCÍNIO POSITIVO	

TÉCNICAS de COACHING

REFORÇO POSITIVO	
POSICIONAMENTO	
ENSAIO MENTAL	
ENSAIO DRAMÁTICO	
COMO SE	
QUEM CONSEGUE	
ASSOCIADO/DISSOCIADO	

TÉCNICAS de COACHING

FEEDBACK CHA	
FEEDBACK PARETO (80/20)	
FEEDBACK PERFIL	
FEEDBACK SANDUICHE	
REENQUADRAMENTO	
RESSIGNIFICAÇÃO	
METÁFORAS	

TÉCNICAS de COACHING

ÂNCORAS EXTERNAS	
RELAXAMENTO	
CENTRAMENTO	
MORDER a LÍNGUA	

QUESTIONÁRIO PARA O CLIENTE DE COACHING

Você está pronto para o coaching?

1. Eu estou pronto para investir tempo em mim.

Sim () Não ()

2. Os meus exercícios de coaching farão parte da minha agenda.

Sim () Não ()

3. Estou pronto para fazer o trabalho necessário.

Sim () Não ()

4. Tenho objetivos a atingir que serão o meu foco em coaching.

Sim () Não ()

5. Estou pronto para descartar comportamentos que limitam o meu sucesso.

Sim () Não ()

6. Entendo que o foco do coaching é contribuir para que eu atinja minhas metas, diferentemente da terapia que foca em traumas emocionais.

Sim () Não ()

7. Vou ter ação consistente para atingir meus objetivos, mesmo quando não tiver resultados imediatos.

Sim () Não ()

8. Estou pronto para testar novos conceitos, mesmo não sabendo se eles vão funcionar.

Sim () Não ()

9. Reconheço que existe um *gap* entre onde estou e onde quero chegar.

Sim () Não ()

10. Estou pronto para trabalhar em colaboração com o meu coach para idealizar metas e planos de ação para mover-me adiante.

Sim () Não ()

11. Estou pronto para criar o apoio que preciso para gerar mudanças na minha vida.

Sim () Não ()

12. Estou pronto para sair da minha zona de conforto, encarando sacrifícios que podem ser necessários.

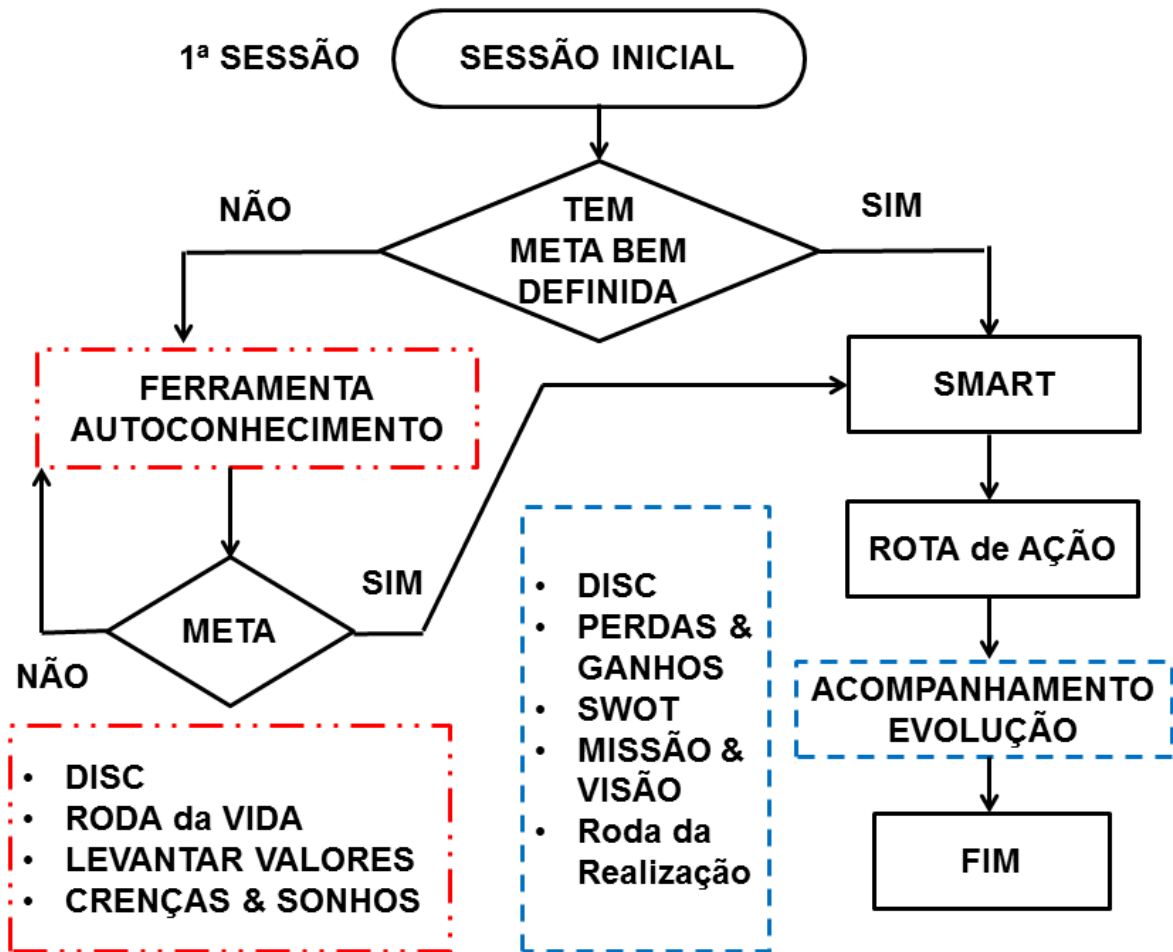
Sim () Não ()

13. Reconheço que sou totalmente responsável pela minha vida e pelas decisões que tomo.

Sim () Não ()

Se você respondeu “Não” a qualquer pergunta, é importante discutir a questão com o coach antes de iniciar o processo e definir se coaching é a melhor abordagem nesse momento.

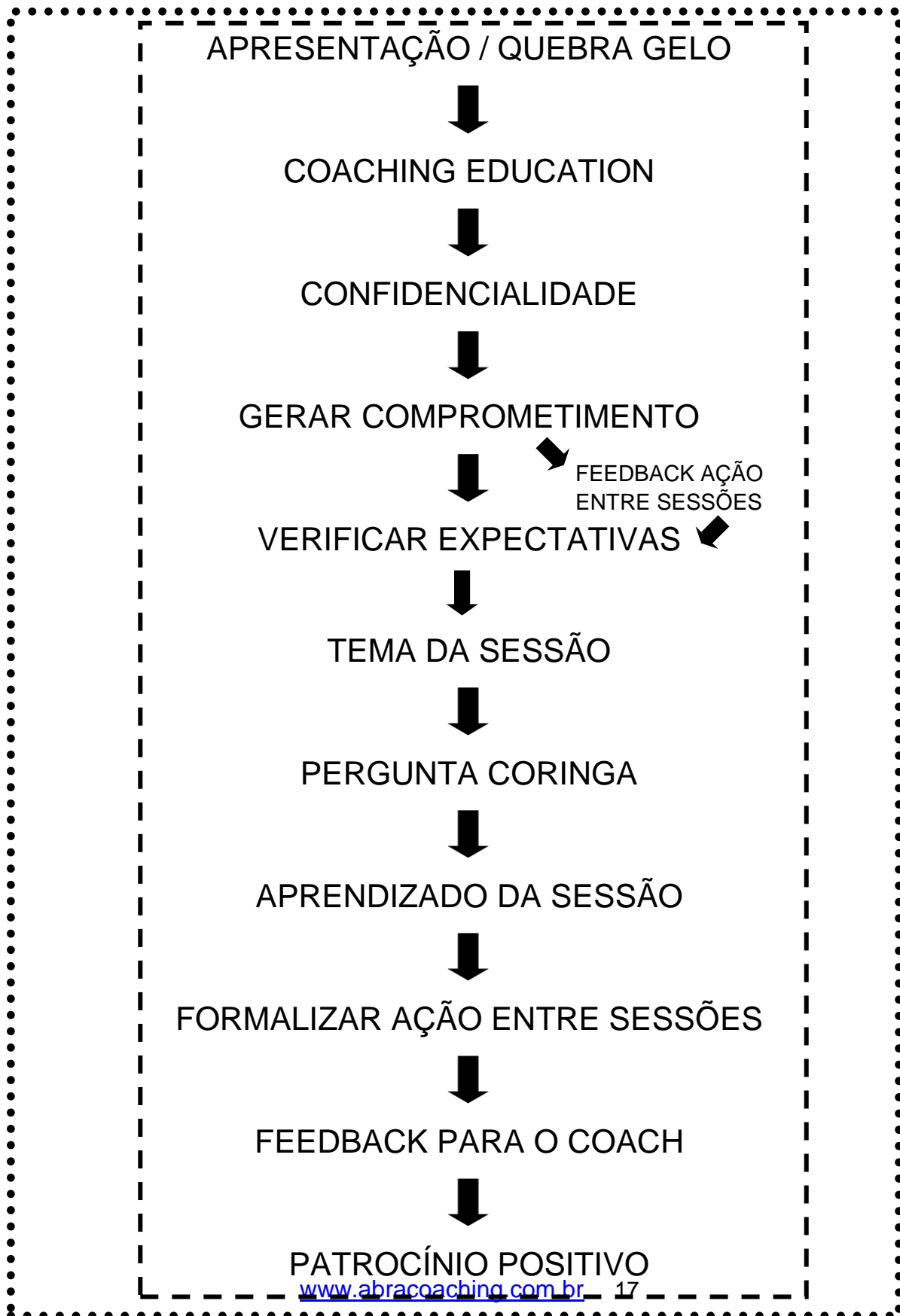
FLUXOGRAMA de UM PROCESSO de COACHING



Estrutura de uma Sessão

RAPPORT ---

AMBIENTE SEGURO ...



Estrutura de uma Sessão (anotações)

APRESENTAÇÃO / QUEBRA GELO

COACHING EDUCATION

CONFIDENCIALIDADE

GERAR COMPROMETIMENTO

FEEDBACK (AÇÃO ENTRE SESSÕES)

VERIFICAR EXPECTATIVAS

TEMA DA SESSÃO

PERGUNTA CORINGA

APRENDIZADO DA SESSÃO

FORMALIZAR AÇÃO ENTRE SESSÕES

FEEDBACK PARA O COACH

PATROCÍNIO POSITIVO

INTRODUÇÃO DA SESSÃO

APRESENTAÇÃO RÁPIDA (nome + informações pertinentes a seu respeito como coach)

COACHING EDUCATION (o que é coaching e como funciona)

ESTABELECIMENTO DE LOCAL SEGURO (confidencialidade e ética do coaching)

GERAR COMPROMETIMENTO (De quem depende o alcance dos objetivos? Grau de comprometimento de 0 a 10? O que impede de ser dez?)

EXPECTATIVA DA SESSÃO (O que precisa acontecer durante esse nosso encontro para você ter suas expectativas alcançadas/superadas?)

QUESTIONÁRIO PRÉ-SESSÃO

A preparação para a sessão de coaching irá permitir a otimização dos seus resultados e também do nosso tempo juntos. Antes da sessão, você pode querer responder as seguintes perguntas para o seu próprio foco e direção.

Responda as perguntas abaixo:

1. Que atividade(s) eu fiz desde nossa última sessão? Quais foram minhas vitórias e/ou desafios?

2. Como eu estou me sentindo hoje, agora? Como foi minha última semana?

3. O que eu quero tirar de proveito da minha sessão para essa semana? Qual é o meu foco?

4. Qual foi o progresso que eu fiz em direção minhas metas imediatas ou foco primário?

5. O que mais eu quero te contar?

QUESTIONÁRIO PÓS-SESSÃO

Refletir sobre a sessão de coaching vai te permitir um aprofundamento da sua experiência de aprendizado e previsão de suas ações. Após a sessão, você pode responder às seguintes perguntas. Isso é para o seu próprio benefício, já que eu não tenho expectativa que você vá me enviar essas respostas.

Responda as perguntas abaixo:

1. O que eu descobri ou aprendi sobre eu mesmo na sessão de hoje?

2. Eu senti total comprometimento com meu crescimento e desenvolvimento durante a sessão? O que me causou essa sensação?

3. Qual será o benefício em executar/iniciar a ação para a qual eu me comprometi?

4. Qual será o “custo” de não realizar/iniciar essa ação?

5. Olhando de volta para minha RODA do EQUILÍBRIO da VIDA, o que eu reparo? E o que, se relevante, eu quero fazer a respeito do que eu reparei?

A GRANDE JORNADA

Destino:

Nome:

Nome da Jornada: _____

Motivo/Ganhos da Jornada (Por que eu quero muito chegar ao meu destino? O que vou ganhar quando chegar lá?)

Jornada...

3 Metas Tangíveis (com números ou detalhes específicos, realistas)

- _____
- _____
- _____

3 Habilidades ou Conhecimentos a Desenvolver (vou treinar...)

- _____
- _____
- _____

3 Eu vou ser mais... (características e comportamentos de modelos a seguir)

- _____
- _____
- _____

Ações a Realizar (lembrar ações consistentes e em forma de rotina desenvolvem o SER e são mais poderosas, tarefas e desafios trabalham o TER)

Atividade	Frequência

Resultados Esperados (O que você vai comemorar em nosso próximo encontro se o que foi proposto for executado? O que vai acontecer se nada for feito?)

Próximo Encontro: ____ / ____ de _____

RODA DO EQUILÍBRIO DA VIDA - ANOTAÇÕES

SAÚDE E DISPOSIÇÃO

DESENVOLVIMENTO INTELECTUAL

EQUILÍBRIO EMOCIONAL

REALIZAÇÃO E PROPÓSITO

RECURSOS FINANCEIROS

CONTRIBUIÇÃO SOCIAL

FAMÍLIA

DESENVOLVIMENTO AMOROSO

VIDA SOCIAL

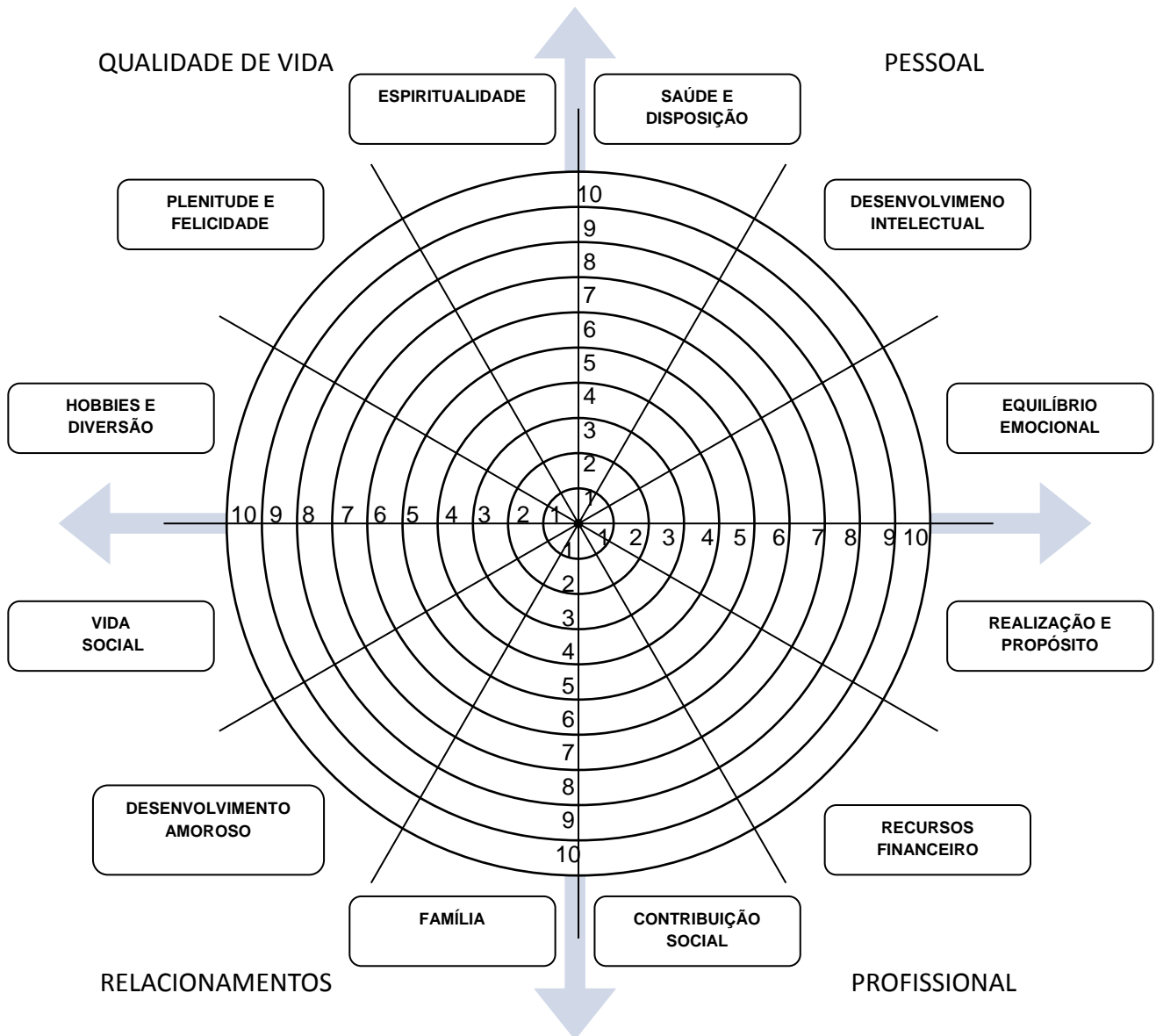
HOBBIES E DIVERSÃO

PLENITUDE E FELICIDADE

ESPIRITUALIDADE

RODA DO EQUILÍBRIO DA VIDA

Com o sincero preenchimento dessa roda, o cliente/coachee consegue chegar mais perto da definição do seu ESTADO/CENÁRIO ATUAL.



Verificar quais as conclusões e decisões que o cliente/coachee tem a respeito do preenchimento:

- Quais são os aspectos com os níveis mais altos?
- O que isso pode ajudar na busca pelo estado desejado?
- Quais são os fatores com os níveis mais baixos?
- Em qual/ quais aspectos da vida que o cliente/coachee deverá investir para potencializar um aumento sinérgico em diversos outros pontos?

FUNDAMENTOS DE COACHING (6W's)

Os 6 W's abrangem todos os tipos de situações de coaching. Isto é, serve tanto ao coaching formal ou "estruturado", quanto ao "coaching informal".

Coaching formal ou estruturado é um processo mais de longo prazo e normalmente relacionados a questões de desenvolvimento. Ele envolve sessões regulares cara-a-cara com o coachee.

Coaching informal ou "coaching relâmpago" é mais espontâneo e pode ocorrer em qualquer local. Não é estruturado e o coach não precisa dizer que ele/ela está utilizando coaching. É mais uma questão de "estilo" do que de estrutura. Ou seja, é o estilo de interagir do coach com as pessoas que determina se ele está utilizando coaching ou não.

-Dentro desses seis parâmetros gerais (os 6 W's), os coaches usam uma variedade de modelos e técnicas.

1° W: Where is the person now? Onde está o coachee no momento?

(Exemplo: cargo, conquistas e desafios a nível pessoal e profissional?)

2° W: Where does the person want to be? Aonde o coachee quer chegar?

(Exemplo: metas pessoais e profissionais, ambições, planos?)

3° W: What are the obstacles to this? Quais são os obstáculos para isso? (Exemplo: fatores pessoais e profissionais, crenças ou medos que possam estar atrapalhando?)

4° W: What are the person's strengths? Quais são os pontos fortes da pessoa? (Exemplo: que virtudes pessoais e profissionais podem ser aproveitadas para ganho e desenvolvimento?)

5° W: What are the best strategies to get there? Quais são as melhores estratégias para chegar lá? Como podemos utilizar um desses pontos fortes para superar um desses obstáculos?

(Exemplo: mudança de comportamento, mudança de crenças, desenvolvimento de habilidades e competências?)

6° W: What are the measures of success? Como vamos medir o sucesso? (Exemplo: alterações específicas de comportamento, os objetivos específicos foram alcançados dentro de um período de tempo indicado?)

PRÁTICA – MODELO 6 W's

Onde está o coachee no momento?

Aonde o coachee quer chegar?

Quais são os obstáculos para isso?

Quais são os pontos fortes da pessoa?

Quais são as melhores estratégias para chegar lá? Como podemos utilizar um desses pontos fortes para superar um desses obstáculos?

Como vamos medir o seu sucesso?